

NARVIK



VIRKSOMHETSSTRATEGI 2025 - 2030

VISIT NARVIK AS

Innhold

1.	Sammendrag.....	2
2.	Visit Narvik – destinasjonsselskapet for Narvikregionen	3
2.1	Vi skal	3
2.2	Visit Narvik skal være for	4
2.3	Våre kunder	5
3.	Visjon, misjon, forretningsidé og mål	6
3.1	Visjon	6
3.2	Misjon.....	6
3.3	Forretningsidé.....	6
3.4	Verdier.....	6
3.5	Mål	7
4.	Strategiske innsatsområder	7
4.1	Vertskap og salg.....	8
4.2	Aktør- og produktutvikling.....	8
4.3	Destinasjonsmarkedsføring.....	9
4.4	Steds- og reisemålsutvikling	9
4.5	Logistikk- og infrastrukturutvikling	10
4.6	Arbeidsplassen Visit Narvik	11
4.7	Kvalitet, helhetlig utvikling, innovasjon og samarbeid	11
5.	Organisering, ledelse og finansiering	12
5.1	Struktur og styringssystemer	12
5.2	Strategisk ressursbruk hos Visit Narvik i henhold til innsatsområder	12
5.3	Finansiering	12
5.4	Kompetanseutvikling.....	13
5.5	Samhandling og møteplasser	13
5.6	Organisering	14
6.	Effektmål for strategien.....	14
6.1	Effektmål for Visit Narvik	14
6.2	Effektmål for Narvikregionen som reisemål	15

1. Sammendrag

Visit Narvik arbeider med markedsføring, salg, kompetanseutvikling og vertskap for bedrifter, kommuner og organisasjoner med interesser i reisemålsutvikling og markedsføring av regionen.

Vi skal bidra til å øke lokal verdiskaping, markedsføre regionen i tråd med strategier, være vertskap for besøkende og samarbeidspartnere, og fremme samarbeid for bærekraftig utvikling.

Visjon: Gjennom samarbeid skal vi levere i verdensklasse. For besøkende, samarbeidspartnere og lokalsamfunnet.

Visit Narvik skal være en pådriver for bærekraftig reisemålsutvikling i samsvar med Masterplan for Narvikregionen og andre relevante strategier. Som destinasjonsselskap for Narvikregionen jobber Visit Narvik for å fremme regionen som reisemål, med mål om en bærekraftig vekst i antall besøkende, arbeidsplasser og lokal verdiskaping.

Strategiske innsatsområder inkluderer vertskap og salg, aktør- og produktutvikling, destinasjonsmarkedsføring, steds- og reisemålsutvikling, logistikk- og infrastrukturutvikling, samt kvalitet og innovasjon.



2. Visit Narvik – destinasjonsselskapet for Narvikregionen

Visit Narvik arbeider med markedsføring, salg, kompetanseutvikling samt utvikling og vertskap for bedrifter, kommuner og organisasjoner som har interesser i reisemålsutvikling og markedsføring av regionen.

Visit Narvik er til for bedrifter, kommuner og organisasjoner som har interesser innenfor reisemålsutvikling og markedsføring av regionen. Vårt mål er å bidra til å løse felles utfordringer og oppgaver for reiselivsnæringen og kommunene i Narvikregionen.

2.1 Vi skal

- Bidra til å øke lokal verdiskaping for våre samarbeidspartnere
- Markedsføre regionen i tråd med overordnede strategier og planverk
- Være vertskap for både besøkende, innbyggere og oss selv samt presse- og visningsturer med turoperatører og agenter
- Selge opplevelser og aktiviteter på turistkontoret og via bookingsystemet på vegne av reiselivsbedriftene som har avtale med Visit Narvik
- Være pådriver for samarbeid mellom kommuner, reiselivsnæring, øvrig næringsliv og lokalbefolkning
- Bidra til mest mulig miljøvennlige løsninger i næringen og lokalsamfunnene i Narvikregionen
- Bidra til bedre lokal samfunnsutvikling gjennom bevaring av kulturarv og naturressurser
- Være foretrukken samarbeidspartner for kommunene og reiselivsbedriftene, innenfor destinasjonsmarkedsføring og salg, rådgivning, vertskap, koordinering og samarbeid for bærekraftig destinasjonsutvikling
- Være reisemålet/reiselivets representant på relevante arenaer lokalt, nasjonalt og internasjonalt

Vår virksomhetsstrategi for perioden 2025 – 2030 henger sammen med *Masterplan for reiselivet i Narvikregionen «Narvik 2035»*, *Handlingsplan for Bærekraftig reisemålsutvikling i Narvikregionen*, *Strategisk Næringsplan* og øvrige kommunale planverk.

Visit Narvik har ansvar for å følge opp mål og tiltak innenfor de strategiske innsatsområdene, mens næringslivet og kommunen har ansvar for å delta, engasjere seg og bidra med delfinansiering av satsingene og tiltakene.

Visit Narvik er en Narvikregionens destinasjonsselskap, og jobber for å markedsføre og utvikle Narvikregionen som reisemål. Vi har som mål å gå i null hvert år, og eventuelle overskudd reinvesteres i bærekraftige tiltak som øker antall besøkende og styrker lokalsamfunnet gjennom økt verdiskaping.

2.2 Visit Narvik skal være for

For samarbeidspartnere

Visit Narvik skal være den fremste samarbeidspartneren for reiselivsaktører og kommunene i Narvikregionen når det gjelder destinasjonsmarkedsføring, tiltak som øker salg, vertskap, rådgivning og utvikling av reisemålet. Vi skal være tydelige i kommunikasjon og dialog, ha høy kompetanse og tillit hos bedrifter, kommuner og samarbeidspartnere. Vi skal være en pådriver for samarbeid og utvikling av reiselivet, og bidra til økt forståelse for en helhetlig tilnærming til reisemålsutvikling.

For besøkende

Visit Narvik skal sikre et profesjonelt vertskap både fysisk og digitalt. Vi ønsker å gi hver besøkende en varm velkomst og en problemfri opplevelse, enten det skjer gjennom personlig service, informasjon på stedet, eller via våre brukervennlige digitale løsninger.

For turoperatører og agenter

Visit Narvik skal inspirere og skape reiselyst til regionen hos markeder og segmenter som bidrar til lokal verdiskaping og bærekraft. Vi skal være synlige og relevante i de kanalene hvor målgruppene søker informasjon. Samtidig skal vi være en viktig samarbeidspartner for turoperatører og agenter, ved å sikre at de har den nødvendige kunnskapen og ressursene for å promotere regionen på best mulig måte.

For lokalbefolkningen

Visit Narvik skal bidra til å styrke Narvikregionen som et attraktivt sted å bo ved å balansere reiselivsutviklingen med hensynet til lokalbefolkningens trivsel og livskvalitet. Vi skal sikre at reiselivet utvikles på en måte som ivaretar natur, kultur og lokalsamfunn, samtidig som vi jobber for å minimere slitasje og belastning på ressurser. Vårt arbeid skal bidra til økt stolthet og eierskap til regionen, og vi vil lytte til og samarbeide med innbyggerne for å sikre at turismen skaper positive ringvirkninger for alle.

For ansatte

Visit Narvik skal være en attraktiv arbeidsplass som legger vekt på trivsel, kompetanseutvikling og godt samarbeid for å nå våre overordnede mål. Vi skal være kjent som et kompetent, kreativt og dedikert team med et sterkt engasjement for Narvikregionen.

2.3 Våre kunder

De tre viktigste kundene for destinasjonsselskapet er de tilreisende, reiselivsbedriftene og kommunene på destinasjonene.



Kundene til destinasjonsselskapene er alle interessene knyttet til reisemålsutviklingen i reiselivsnæringene, lokalbefolkningen, offentlig sektor og forvaltningsnivå lokalt, regionalt, og nasjonalt, samt frivillige lag og foreninger.



3. Visjon, misjon, forretningsidé og mål

3.1 Visjon

Gjennom samarbeid skal vi levere i verdensklasse.

For besøkende, samarbeidspartnere og lokalsamfunnet.

3.2 Misjon

Vi fremmer økt verdiskapning, styrker samarbeidet og utvikler Narvikregionen som en bærekraftig destinasjon.

For å skape et helårlig reiseliv.

3.3 Forretningsidé

Vi leverer markedsførings-, salgs-, kompetanse-, nettverks-, vertskaps- og utviklingstjenester til våre samarbeidspartnere.

Målet er å øke verdiskapingen og antallet arbeidsplasser i reiselivsnæringen og kommunene, samtidig som vi fremmer bærekraftig utvikling av reisemålet.

Gjennom merkevarebygging, ansvarlig markedsføring, bærekraftig utvikling, innovasjon, innsikt, kompetanse, vertskap og samhandling skal vi bidra til at de rette målgruppene og gjestene - definert i Masterplan for Narvikregionen som reisemål - besøker oss.

Dette inkluderer utvikling av reiselivet, lokalsamfunnene og natur- og kulturarven. Det er avgjørende at kapasiteten i Visit Narvik tilpasses mål og ambisjonsnivået for reiselivsutviklingen og behovene for tjenesteleveranser hos samarbeidspartnere i regionen.

3.4 Verdier

✓ **Rå**

- *Vi er direkte og ærlige, og tør å utfordre for å oppnå det beste resultatet*

✓ **Modig**

- *Vi setter høye mål og tør å beslutte*

✓ **Inkluderende**

- *Vi fremmer åpenhet og deler ærlig om våre prosesser*

✓ **Profesjonell**

- *Vi leverer høy kvalitet med integritet og respekt*

✓ **Samlende**

- *Vi samarbeider for å nå felles mål*

3.5 Mål

Visit Narviks overordnede mål er å utvikle Narvikregionen som et bærekraftig, helårlig reisemål som skaper lokal verdiskaping og engasjerer både besøkende og lokalsamfunnet gjennom samarbeid og høy kvalitet.

Vi skal

- ✓ Bidra til å øke lokal verdiskaping
- ✓ Bidra til riktig gjest på riktig sted til riktig tid (helårlig reiseliv)
- ✓ Bidra til å øke antall arbeidsplasser
- ✓ Bidra til lokal samfunnsutvikling, bo-, bli- og tilflytterlyst
- ✓ Bidra til å øke lokalt engasjement og skape et fellesskap som støtter og nyter regionens tilbud

4. Strategiske innsatsområder

For å oppnå vår visjon og våre mål, skal vi fokusere på følgende strategiske innsatsområder. Disse er valgt for å sikre at vi leverer det aller beste, og for å skape grunnlag for økt sysselsetting, utvikling og lokal verdiskaping.



Visit Narvik skal spille en nøkkelrolle i utviklingen av disse seks innsatsområdene og drive arbeidet fremover. For å lykkes med satsingene, er det avgjørende med både vilje og evne til økt finansiering samt engasjement fra næringslivet og kommunene, både i basis- og tilleggstjenester.

For å opprettholde Merket for Bærekraftig reisemål, og for å fortsette å utvikle Narvikregionen som et attraktivt reisemål med Masterplan som grunnlag, forutsettes tilslutning, deltakelse og delfinansiering fra kommunene og reiselivsnæringen, i tillegg til ekstern prosjektfinansiering.

Rett gjest til rett tid, med lavest mulig utslipp per gjest, er overordnede prinsipper for utviklingen av Narvikregionen.

4.1 Vertskap og salg

- Turistinformasjon
 - Presis og tilgjengelig informasjon for å forbedre deres opplevelse, og sikre salget av aktiviteter på Turistinformasjon
- Booking
 - Effektive bookingløsninger og støtte for å sikre enkel tilgang til tjenester og aktiviteter
- Vertskapskurs
 - Opplæring for ansatte, samarbeidspartnere og lokalbefolkning for å heve servicenivået og vertskapskvaliteten
- Innbyggere
 - Engasjere og skape entusiasme hos lokalbefolkningen for at også de er hyppige brukere av reiselivsopplevelser og aktiviteter

Forutsetninger og prioriteringer:

- Prioritere opplæring og informasjon for å sikre at ansatte og innbyggere kan tilby høy kvalitet som vertskap
- Kommunisere hva som finnes av aktiviteter og opplevelser, sørge for synlighet for turistinformasjonen og at bookingtjenester er lett tilgjengelig og brukervennlig
- Skape engasjement for involvering av innbyggere for å bygge et sterkt og positivt vertskapsmiljø
- Økonomisk bidrag fra samarbeidspartnere, prosjektfinansiering og samarbeid

4.2 Aktør- og produktutvikling

- Pådriver for vekst i verdiskaping
 - Bidra til å forlenge oppholdet med riktig gjest, på riktig sted til riktig tid
- Pådriver for kvalitet i produkter og aktiviteter
 - Bidra til kompetanseheving på produktutvikling, eksportmodenhet og forbedring av lokale produkter og tjenester
- Narvik Havn – Cruise Narvik
 - Være samarbeidspartner knyttet til produktutvikling, opplevelser og aktiviteter for cruisegjester samt helhetlig merkevarebygging av reisemålet
- Kompetansebedrifter
 - Samarbeide med kompetansebedrifter for å heve standarden på reiselivstjenester og produkter
- Opplevelsesutvikling
 - Pådriver for utvikling av nye og forbedrede opplevelser og tjenester som appellerer til våre prioriterte målgrupper
- Eksportmodenhet
 - Arbeide mot at våre samarbeidspartnere innehar kompetanse til å tilby sine produkter og tjenester til det internasjonale markedet

- Samarbeidspartnere
 - Rekruttere flere relevante samarbeidspartnere/medlemsbedrifter

Forutsetninger og prioriteringer:

- Prioritere kontinuerlig forbedring og innovasjon i produkter og aktiviteter for å møte markedets behov og forventninger gjennom kompetansehevingstiltak
- Bidra til å styrke samarbeidet mellom lokale samarbeidspartnere
- Økonomisk bidrag fra samarbeidspartnere, prosjektfinansiering og samarbeid

4.3 Destinasjonsmarkedsføring

- Spisskompetanse
 - Sikre nødvendig opplæring og kompetansehevingstiltak ved behov
- Forvalte merkevare
 - Sikre kjennskap og kompetanse til riktig bruk av Merkevaren Narvik gjennom å synliggjøre og tilby tilgang til vår verktøykasse med materiell Merkevarestrategi – Merkevaren Narvik i Designmanualen
- Markedsinnsikt
 - Sørge for å innhente tilgjengelig data og statistikk gjennom tett samarbeid med NordNorsk Reiseliv, NHO Reiseliv og Innovasjon Norge/Innsikt
- Presse
 - Sørge for kvalitet og tilstedeværelse på presse- og visningsturer
- Informasjon til innbyggere
 - Gjennom å påvirke til at flere melder seg på våre nyhetsbrev
- Helhetlig destinasjonsmarkedsføring
 - Sørge for konsekvent bruk av Merkevaren Narvik
- Arrangementskalender
 - Oppfordre flere lokale og regionale aktører, selskap og organisasjoner til å ta i bruk arrangementskalenderen vår, og derigjennom sørge for at denne blir den prioriterte arrangementskalenderen for alle.

Forutsetninger og prioriteringer:

- Økonomisk bidrag fra samarbeidspartnere, prosjektfinansiering og samarbeid
- Effektiv allokering av ressurser
- Samarbeid og samhandling mellom lokale og regionale aktører
- Kompetanseheving og markedsinnsikt

4.4 Steds- og reisemålsutvikling

- Merket for Bærekraftig reisemål
 - Drift av merkeordningen og gjennomføring tilhørende handlingsplan

- Være pådriver for remerking av alle kommunene og reiselivsbedriftene
- Reisemålsledelse
 - Etablere og koordinere regional reisemålsledelse
 - Bidra til felles mål og styrke samhandlingen og utøve en samlet ledelse av utvikling av Narvikregionen
- Reiselivsstrategi – Masterplan for Narvikregionen «Narvik 2035»
 - Være pådriver for å nå felles mål og styrke samhandlingen
- Utviklingsprosjekter
 - Sørge for at utviklingsprosjekter er forankret i overordnede strategier

Narvik Havn, Visit Narvik Event er naturlige samarbeidspartnere som knyttes til arbeidet med steds- og reisemålsutvikling

Forutsetninger og prioriteringer:

- Sikre tilstrekkelige ressurser gjennom økonomisk bidrag gjennom langsiktige avtaler (3-4 år) med samarbeidspartnere, med detaljerte beskrivelser av leveranse, kostnad og gjensidige krav

4.5 Logistikk- og infrastrukturutvikling

- Flyruteutvikling
 - Arbeide for å tiltrekke nye flyruter og opprettholde eksisterende ruter som styrker tilgjengeligheten til regionen
 - Samarbeide med flyselskaper, Avinor og relevante myndigheter for å identifisere og realisere nye ruteutviklingsmuligheter
- Infrastruktur i regionen og i sentrum av Narvik
 - Pådriver for utvikling og vedlikehold av effektiv og bærekraftig transportinfrastruktur innen regionen, inkludert veier, kollektivtransport og sykkelveier opp mot relevante myndigheter
 - Fremme utviklingen av infrastruktur i sentrum, som gangveier, parkeringsplasser og offentlig transporttilbud, for å forbedre tilgjengeligheten og brukervennligheten for både innbyggere og besøkende
 - Samarbeid med Narvik Havn og Visit Narvik Event for utvikling av infrastrukturen

Forutsetninger og prioriteringer:

- Økonomisk bidrag fra samarbeidspartnere og prosjektfinansiering
- Effektiv allokering av ressurser, samhandling og samarbeid
- Samarbeide og samhandling mellom lokale og regionale aktører

4.6 Arbeidsplassen Visit Narvik

For å lykkes med organisasjonene, må vi sammen skape resultater. Vi skal være en attraktiv arbeidsplass som fokuserer på trivsel, kompetanseutvikling og god samhandling for å nå våre mål, helt i tråd med visjonen vår; *gjennom samarbeid skal vi levere i verdensklasse*.

Den interne arbeidsplassen og arbeidsmiljøet er en avgjørende strategisk innsatsfaktor fordi det påvirker vår trivsel, produktivitet og lojalitet. Våre fokusområder er:

- Kompetanse
 - Sikre kompetanseheving for alle ansatte ved behov, gjennom målrettede opplæringstiltak, kurs og utviklingsprogrammer
 - Tilrettelegge for personlig og faglig utvikling
 - Sikre moderne og effektive IT-løsninger som støtter opp under vår daglige drift
 - Sørge for at alle ansatte har tilstrekkelig opplæring i bruk av IT-verktøy og systemer
- Samarbeid
 - Sørge for effektivt samarbeid på tvers av avdelinger og funksjoner for å oppnå best mulig resultater og økt innovasjon
 - Sikre åpen og transparent kommunikasjon, idéutveksling og felles problemløsning mellom ledelse og ansatte for et godt arbeidsmiljø
 - Tilrettelegge for sosiale sammenkomster
- Arbeidsmiljø
 - Skape et trygt, inkluderende og motiverende arbeidsmiljø
 - Vi skal etterleve våre verdier, og sørge for at de reflekteres i den daglige driften og beslutninger
 - Vektlegge en rettferdig og effektiv ressursfordeling, sikre at hver ansatt har klare roller og ansvar som støtter opp under de strategiske innsatsområdene

Forutsetninger og prioriteringer:

- Økonomisk stabilitet og bærekraftig ressursbruk
- Fokus på trivsel, helse og arbeidssikkerhet
- Samarbeid og åpen kommunikasjon

4.7 Kvalitet, helhetlig utvikling, innovasjon og samarbeid

Kvalitet, helhetlig utvikling, innovasjon og samarbeid er grunnpillarene i vår strategi og vever seg gjennom alle våre seks innsatsområder. Vi jobber for å opprettholde høy kvalitet i alle ledd, fra salg og vertskap til produktutvikling og infrastruktur, for å sikre en førsteklasses opplevelse for besøkende og kunder. Vår satsing på helhetlig utvikling innebærer at alle

elementer av destinasjonen, inkludert markedsføring og reisemålsutvikling, er nøye integrert for å skape en sammenhengende og sømløs opplevelse.

Innovasjon er drivkraften for kontinuerlig forbedring. Vi søker å utvikle nye løsninger og tjenester som holder oss konkurransedyktige og relevante i et marked i endring.

Samarbeid nøkkelen for å lykkes. Ved å jobbe tett med lokale og regionale aktører, internt i selskapet og med våre samarbeidspartnere, sørger vi for felles måloppnåelse og bærekraftig vekst og utvikling for destinasjonen.

5. Organisering, ledelse og finansiering

5.1 Struktur og styringssystemer

Visit Narvik har gjennom følgende rutiner etablert strukturer for å sikre kontinuerlig arbeid:

- Det utarbeides en årlig aktivitetsplan med markedsplan
- Våre arbeidsverktøy Lime CRM, inkl prosjektstyringsverktøy i Lime og Poweroffice bidrar til å sikre god struktur

5.2 Strategisk ressursbruk hos Visit Narvik i henhold til innsatsområder

- 15 % av tilgjengelige ressurser skal benyttes til Salgs- og Vertskapstiltak
- 20 % av tilgjengelige ressurser i selskapet skal benyttes til Aktør- og Produktutvikling
- 30 % av tilgjengelige ressurser skal benyttes til Destinasjonsmarkedsføringstiltak
- 10 % av tilgjengelige ressurser skal benyttes til Steds- og reisemålsutviklingstiltak
- 20 % av tilgjengelige ressurser skal benyttes til Logistikk- og infrastrukturtiltak
- 5 % av tilgjengelige ressurser skal benyttes til tiltak for Arbeidsplassen Visit Narvik

5.3 Finansiering

For å sikre en bærekraftig og robust finansieringsstruktur for destinasjonsselskapet, er det avgjørende å fokusere på langsiktige avtaler med samarbeidspartnere. Dette vil bidra til å realisere potensialet for reiselivsutviklingen i regionen på sikt.

Det bør legges til rette for at finansieringen baseres på en balansert fordelingsnøkkel, som inkluderer:

- 1/3 offentlig finansiering
- 1/3 salg og tjenester
- 1/3 prosjektfinansiering
- Skal Visit Narvik ivareta tjenester og markedsføring knyttet til Alpin-VM 2029, må dette finansieres med ekstra ressurser. Det eksisterende budsjettet og ressursene skal ikke belastes ytterligere.

Miksen i finansieringen er avgjørende for å opprettholde økonomisk bærekraft. En diversifisert finansieringsmodell gir selskapet større stabilitet og fleksibilitet, noe som er essensielt for å tilpasse seg fremtidige utfordringer og utnytte nye muligheter innen reiselivsnæringen.

Basisfinansieringen fra bedriftene skal ha en årlig indeksregulering i strategiperioden, og det legges opp til økt innsalg av plussprodukter og samarbeidspartnere.

5.4 Kompetanseutvikling

Behov for kompetanse evalueres kontinuerlig av administrasjonen knyttet til våre mål og strategier.

5.5 Samhandling og møteplasser

Samarbeidspartnere for utvikling og samhandling

Visit Narvik samarbeider med alle relevante aktører som bidrar til måloppnåelse og strategiske satsinger i strategien og gjeldende reisemålsstrategi. Eksempel på samarbeidspartnere er Avinor, Harstad/Narvik Lufthavn - Evenes, Narvik Havn, UiT Narvik og andre kompetanse- og FoU-organisasjoner, Destinasjonsforum Nord, NordNorsk Reiseliv, Futurum AS, Narvikgården AS, Narvikregionen Næringsforening, kommunene, Innovasjon Norge, Nordland Fylkeskommune, Troms Fylkeskommune og øvrig næringsliv.

Visit Narvik ønsker å bidra til etablering av et fast samarbeidsforum med Nordland fylkeskommune og Innovasjon Norge tilsvarende som i Vestland fylke. (??? Skal vi ta det med? Ønsker heller fast samarbeidsmøte med alle utviklingsaktører og kommunene for prosjektsamhandling...)

Samarbeidspartnere for felles markedsføring, opplevelses- og transportutvikling

Blant annet Lofoten, Vesterålen og Harstad for felles reiseruter med fly, Kiruna/Stockholm for reiseruter med tog, og Tromsø for reiseruter med buss.

Eksterne møteplasser

Visit Narvik deltar på eksterne møteplasser og i eksterne nettverk der det er strategisk hensiktsmessig. Eksempel på møteplasser er Destinasjonsforum Nord, Nettverkssamling for Merkeordningen «Bærekraftig Reisemål», Opplevelseskonferansen, Snow24, Reiselivsarena Nordland og Bedriftsnettverkssamling.

Interne møteplasser

Aktuelle interne møteplasser i Narvikregionen er konferansen Opptur, Kulturkonferansen, Medvindkonferansen, Fremtidskonferansen, faste samarbeidsmøter med Narvik kommune relatert til Alpin-VM 2029, faste månedlige samarbeidsmøter med Narvik Havn/Cruise, Kick Off Sommer & Vinter, medlemsmøter to ganger pr år, kommunestyremøter i hver kommune årlig.

Mulige samarbeidspartnere per strategisk innsatsområde

Salg og vertskap	Aktør- og produkt-utvikling	Destinasjons-markedsføring	Steds- og reisemåls-utvikling	Logistikk- og infrastruktur-utvikling	Arbeidsplassen Visit Narvik
Turist-informasjon Narvik, Ballangen og Kjøpsvik, kommunene, Næringsforening	Reiselivs-bedrifter, kommunene, Næringsforening, lag og foreninger, UiT Narvik, eksterne kompetanse-miljø	NordNorsk Reiseliv, Visit Norway, Destinasjon Lofoten, Destinasjon Vesterålen, Harstad, Visit Tromsø, Kiruna Lappland (SE),	Kommunene, Verne-forvaltning, Nordland Fylkes-kommune, Troms Fylkes-kommune, Hålogalands-rådet, Midtre H. Friluftsråd	Harstad/Narvik Lufthavn-Evenes, Avinor, Kiruna Flyplass, SJ, Nordland Fylkes-kommune, Troms Fylkes-kommune, Transport-aktørene	System-leverandør, opplæring og kompetanse-hevingsprogram faste sosiale trivselstiltak.
Kvalitet, helhetlig utvikling, innovasjon og samarbeid.					

5.6 Organisering

Visit Narvik AS er destinasjonsselskapet for Narvikregionen og er eid av Forte Narvik (66,2 %) og Narvikgården AS. (33,8 %)

Forte Narvik er en stiftelse etablert av Sparebanken Narvik, med allmennyttig og samfunnsnyttig formål. Stiftelsen bidrar til arbeidsplasser og bolyst gjennom investering i næringsvirksomhet.

Narvikgården AS eies 100 % av Narvik kommune, og er kommunens eiendomsutviklingsselskap. Hovedsakelig driver Narvikgården med by- og eiendomsutvikling, men tar også på seg andre oppgaver som bidrar til vekst og utvikling.

6. Effektmål for strategien

6.1 Effektmål for Visit Narvik

- Vi fremstår med økt tydelighet og synlighet som en sentral aktør i utviklingen av regionen
- Leveranser, mål og hvilke tjenester vi leverer er tydelig for våre samarbeidspartnere
- Det er bred forståelse hva som er våre ansvarsområder og hvordan vi skaper verdi for regionen
- Vi fremstår profesjonelt i våre tjenester og måten vi driver vår virksomhet. Dette omfatter effektiv drift, høyt kvalitetsnivå og gode prosesser

- Visit Narvik er en attraktiv arbeidsgiver som tiltrekker oss og beholder dyktige medarbeidere. Vi har et godt arbeidsmiljø preget av samarbeid, trivsel og utviklingsmuligheter med et klart verdigrunnlag de ansatte identifiserer seg med
- Vi fremstår åpen og transparent, med styrket tillit blant samarbeidspartnere, medarbeidere og øvrige interessenter
- Vi har en effektiv ressursutnyttelse med strukturert drift
- Vi har etablert og opprettholder en kultur for vertskap preget av gjestfrihet og støtte både internt og overfor våre samarbeidspartnere

6.2 Effektmål for Narvikregionen som reisemål

- Vi øker attraktiviteten for Narvikregionen nasjonalt og internasjonalt gjennom styrket merkevarebygging, opplevelser og infrastruktur
- Vi tiltrekker oss flere besøkende innenfor valgte målgrupper, og styrker vår posisjon i markedet
- Vi oppnår balansert og bærekraftig vekst i reiselivet gjennom å redusere miljøavtrykket samtidig som vi styrker økonomiske og sosiale fordeler for næringsliv og lokalbefolkningen i regionen
- Vi øker verdiskapingen i lokalsamfunnene gjennom økt turisme, skaper nye og flere arbeidsplasser med god fordeling på tvers av regionens kommuner og lokalsamfunn
- Bedre tilgjengelighet til og i regionen, utviklet infrastruktur som støtter turiststrømmen
- Styrket samarbeid på tvers av kommuner og næringsliv for å sikre helhetlig utvikling av Narvikregionen som reisemål.

Vi skiller mellom interne effektmål for selskapet og effektmål for regionen for å tydeliggjøre fokuset i strategien:

- **Interne Effektmål for Selskapet:** Fokuserer på å forbedre selskapets interne drift, kompetanse, synlighet og arbeidsmiljø. Målet er å styrke selskapets evne til å levere høy kvalitet og være en attraktiv arbeidsplass.
- **Effektmål for Regionen:** Retter seg mot hvordan selskapet bidrar til utviklingen av regionen som reisemål, inkludert økt attraktivitet, bærekraftig vekst, og verdiskaping for lokale aktører.

Dette skillet gjør det klart hvordan interne forbedringer støtter eksterne resultater, og sikrer en helhetlig tilnærming til både selskapets og regionens utvikling.